

PERBAIKAN KUALITAS PELAYANAN LISTRIK PRABAYAR DENGAN MENGUNAKAN INTEGRASI *SERVICE QUALITY* DAN MODEL KANO PT.PLN (PERSERO) WILAYAH RIAU DAN KEPULAUAN RIAU

PREPAID ELECTRIC SERVICE QUALITY IMPROVEMENT USING INTEGRATION SERVICE QUALITY AND KANO MODEL PT. PLN (PERSERO) WILAYAH RIAU AND KEPULAUAN RIAU

Widia Zulhafizah¹, Sari Wulandari,S.T.,M.T², Bobby Hera Sagita, S.E., M.M³

^{1, 2, 3}Program S1 Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom

¹widvazulhafizah@gmail.com, ²sariwulandariit@telkomuniversity.ac.id, ³bobyhs.telkomu@gmail.com

Abstrak

PT.PLN (Persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau adalah BUMN yang mengurus semua aspek kelistrikan, dengan penyaluran listrik yang diberikan melalui layanan listrik pascabayar dan prabayar. Layanan listrik pascabayar memiliki sistem pembayaran yang dapat menyebabkan pelanggan lalai untuk membayar tagihan listrik, sehingga pada akhirnya menunggak, sedangkan layanan prabayar menggunakan sistem yang dapat mencegah pelanggan untuk menunggak. Meskipun memiliki keunggulan dibandingkan listrik pascabayar, masih banyak pelanggan yang enggan untuk migrasi ke layanan listrik prabayar karena munculnya beberapa persepsi negatif pelanggan tentang buruknya kualitas layanan yang diberikan. Padahal jika pelanggan pascabayar berhasil dimigrasikan tentunya akan dapat mencapai target mengurangi angka tunggakan piutang pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi *true customer needs* atribut kebutuhan pelanggan layanan listrik prabayar berdasarkan *voice of customer* sehingga didapatkan atribut kebutuhan yang diprioritaskan untuk diperbaiki demi terciptanya layanan listrik prabayar yang lebih baik. Penelitian ini menggunakan metode *Service quality* dan Model Kano. *Servqual* digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan sehingga didapatkan atribut-atribut lemah untuk diperbaiki dan ditingkatkan. Model Kano digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing atribut dengan tingkat kepuasan yang diterjemahkan dalam kategori Kano, dengan mengintegrasikan *Servqual* dan Model Kano didapatkan rekomendasi atribut yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan oleh PT.PLN (Persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau.

Berdasarkan hasil integrasi *Servqual* dan Model Kano, didapatkan 22 atribut kebutuhan pelanggan yang mana 11 atribut diantaranya merupakan *true customer needs* yang perlu diperbaiki.

Kata Kunci: Listrik prabayar, Atribut kebutuhan, *Servqual*, Model Kano, *True Customer Needs*

Abstract

PT. PLN (Persero) Wilayah Riau and Kepulauan Riau is BUMN that takes care of all aspects of electricity, with the electricity distribution provided through the service of postpaid and prepaid electricity. Postpaid Power Services have a payment system that can cause customers to neglect to pay electricity bills, resulting in arrears, while prepaid services use a system that can prevent customers from generating arrears. Although prepaid electricity is superior to postpaid, there are still many customers who are reluctant to migrate to prepaid power services due to the emergence of some negative customer perception about the low quality of service provided. While postpaid subscribers are successfully migrated, they will be able to achieve the target of reducing customer arrears.

This research aims to identify the needs of customers of prepaid electric service based on voice of the customer so that it brings the attribute priority to be repaired and upgraded. This research using the method of the quality of service and a model canoe. *Servqual* is to measure the level of customer satisfaction towards the services provided thereby obtained frail attribute-attribute to intensified. The kano model is to know the influence of each attribute with a level of satisfaction that is translated in the category of kano, *Servqual* model and integrate with canoes obtained recommendations attributes that need to be corrected and improved by PT. PLN WRKR.

Based on the results of the integration of the *Servqual* model and canoes, obtained 22 attribute which needs 11 of them attribute is *true customer needs* that need to be improved.

Keywords: Prepaid electricity, Attribute needs, *Servqual*, Kano Models, *True Customer Needs*

1. Pendahuluan

PT. PLN (Persero) adalah BUMN yang mengurus semua aspek kelistrikan berfokus pada pelayanan masyarakat dan bagaimana listrik disalurkan. PT. PLN (Persero) memberikan penyaluran listrik kepada masyarakat melalui produk layanan listrik pascabayar dan prabayar. Listrik pascabayar merupakan konsep layanan pertama dengan sistem pembayaran di akhir masa pakai. Pada tahun 2010, PT. PLN (Persero) membuat suatu kebijakan baru dengan memunculkan produk layanan listrik prabayar (Listrik pintar), sistem pembayaran listrik prabayar yaitu pelanggan akan terlebih dahulu membeli kuota energi listrik dalam satuan kWh berbentuk voucher, pada voucher terdapat nomor kode yang kemudian di input kedalam meteran listrik di rumah, setelah kode dimasukkan, listrik mengalir hingga kuota energi tercapai. Tabel 1 berikut ini merupakan tabel yang berisi perbandingan layanan antara listrik pascabayar dan listrik prabayar.

Tabel 1. Perbandingan Layanan Listrik Prabayar dan Listrik Pascabayar

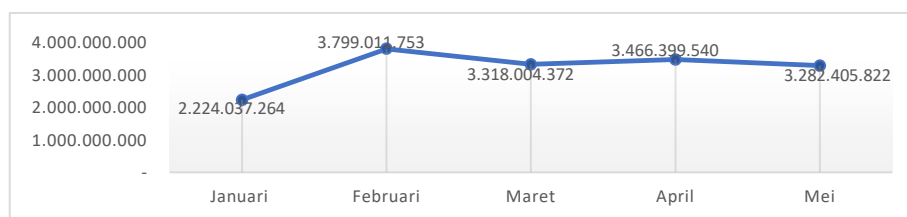
Pertanyaan	Pascabayar	Prabayar
Cara pembayaran?	Sekali bayar total piutang	Dapat dicicil sesuai kemampuan
Tarif listrik?	Tidak ada perbedaan tarif	Tidak ada perbedaan tarif
Komplain Tagihan?	Ada kesalahan baca meter	Tidak ada, kesalahan baca meter
Tunggakan piutang?	Ada kemungkinan gagal bayar	Tidak ada tunggakan
Biaya keterlambatan?	Dikenakan biaya keterlambatan	Tidak dikenakan biaya
Resiko penunggakan?	Adanya pemutusan aliran	Tidak ada pemutusan

Berdasarkan tabel 1, diketahui bahwa terdapat perbedaan skema penggunaan listrik layanan prabayar dan pascabayar. Layanan listrik pascabayar memiliki sistem pembayaran yang dapat menyebabkan pelanggan lalai untuk membayar tagihan listrik, sehingga pada akhirnya menunggak, sedangkan layanan prabayar menggunakan sistem yang dapat mencegah pelanggan untuk menunggak. Beberapa tahun terakhir, PT. PLN (Persero) mengencangkan upaya memigrasikan pelanggan pascabayar ke prabayar karena masih banyak pelanggan pascabayar yang lalai dalam membayar tagihan listrik, sehingga berdampak pada terganggunya *Cash in Flow* pendapatan PT. PLN (Persero) yang mengalami penurunan. Tercatat pada bulan Oktober 2017 untuk Wilayah Riau dan Kepulauan Riau memiliki total jumlah tunggakan berkisar angka 51.58 Milyar Rupiah, sedangkan jumlah tunggakan yang masih dapat ditoleransi PT. PLN (Persero) adalah sebesar 9 Milyar Rupiah.



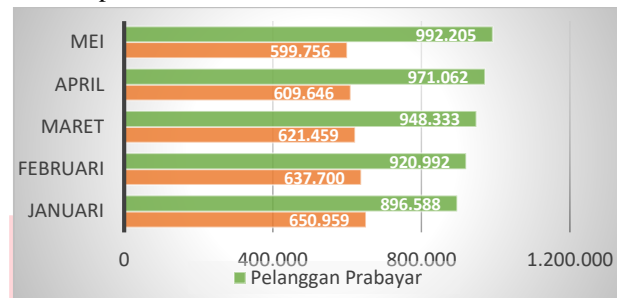
Gambar 1. Total Tunggakan & Batas Menunggak di PT. PLN (Persero) WRKR 2017
(Sumber: PT. PLN (Persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau, 2017)

Gambar 1, memperlihatkan bahwa terdapat selisih tunggakan sebesar 42 Milyar Rupiah. Tunggakan bersumber dari pelanggan listrik pascabayar, yaitu: Segmen rumah tangga, TNI/Polri, instansi, Pemda dan BUMN/D. Empat Segmen selain rumah tangga tidak bisa dimigrasikan karena merupakan pengguna listrik dengan alokasi anggaran masing-masing instansi yang tidak bisa dikendalikan. Disisi lain, segmen rumah tangga adalah pelanggan dengan pengguna listrik yang bisa di kendalikan, sehingga dalam upaya pengurangan piutang, segmen rumah tangga menjadi target PT. PLN (Persero) untuk di migrasi ke listrik prabayar. Adapun tunggakan piutang pelanggan segmen rumah tangga pada tahun 2018, dapat dilihat pada grafik berikut:



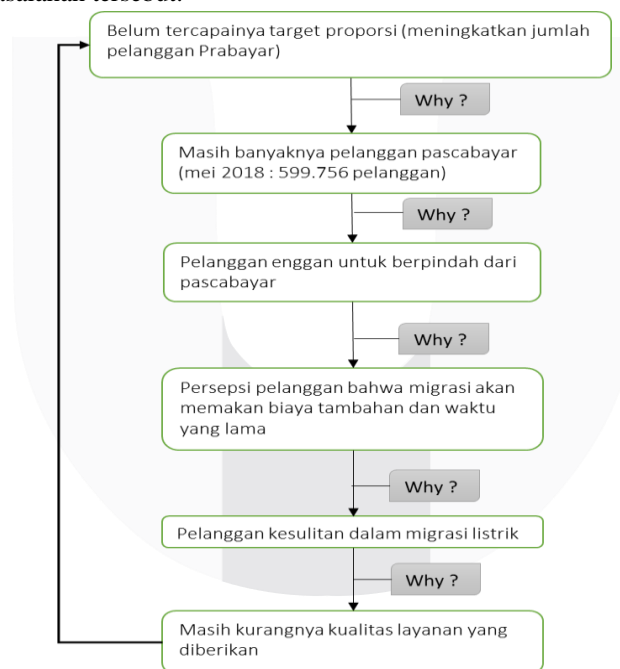
Gambar 2. Piutang Pelanggan Rumah Tangga (Umum) 2018
Sumber: PT. PLN (Persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau, 2018

Gambar I.2 menunjukkan bahwa angka tunggakan segmen rumah tangga terbilang besar. Meskipun demikian, sejak awal peluncurannya pada tahun 2012 sampai dengan tahun 2018, PT. PLN (Persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau sudah berhasil memigrasikan sekitar 20% pelanggan dari total pelanggan pascabayar segmen rumah tangga. Gambar 3 berikut ini adalah merupakan grafik yang mempresentasikan penambahan pelanggan prabayar pada tahun 2018. Berdasarkan grafik tersebut diketahui bahwa jumlah pelanggan prabayar terus mengalami kenaikan setiap bulannya, sedangkan pelanggan listrik pascabayar terus menurun. Namun keberhasilan migrasi pelanggan yang hanya mencakup angka 3% pertahun tersebut terbilang masih kecil, pencapaian proporsi jumlah pelanggan prabayar belum tercapai sesuai harapan.



Gambar 2. Penambahan Pelanggan Pascabayar dan Prabayar WRKR
Sumber: PT.PLN (Persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau, 2018

Why Analysis digunakan untuk membantu mengidentifikasi akar masalah atau penyebab dari ketidaksesuaian suatu produk atau layanan. Penggunaan *why analysis* pada penelitian ini adalah untuk mengetahui mengapa pencapaian proporsi jumlah pelanggan prabayar belum sesuai target yang diharapkan, berikut adalah *why analysis* mengenai permasalahan tersebut:



Gambar 3. *Why Analysis*

Pada Gambar 4, terdapat alasan yang menjelaskan mengapa proporsi yang ditargetkan PT.PLN (Persero) belum tercapai. Lima alasan yang saling berhubungan tersebut memiliki akar permasalahan yaitu masih kurangnya kualitas pelayanan listrik prabayar yang diberikan PT.PLN (Persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau.

Alasan pada *why analysis* kemudian diperkuat dengan melakukan *survey* pendahuluan yaitu melakukan wawancara terhadap sepuluh orang responden. Responden dari *survey* pendahuluan ini adalah pelanggan pascabayar yang memiliki pengalaman dalam pembayaran atau semua hal yang berhubungan dengan listrik di rumah tangganya. Masing-masing responden menjawab lebih dari satu jawaban yang sesuai dengan penilaian mereka terhadap listrik prabayar, alasan dari responden tersebut kemudian dirangkum kedalam beberapa penggolongan atau kategori, yang diidentifikasi pada Tabel I.2.

Tabel 1. Identifikasi Masalah Prabayar menurut Pelanggan Pascabayar

NO	Alasan	Keterangan	Jumlah Suara	Persentase
1	Migrasi Pascabayar ke Prabayar Mahal	Persepsi bahwa proses migrasi akan dikenakan biaya tambahan	6/10 responden	60%
2	Tahapan migrasi yang banyak	Banyaknya proses/ administrasi yang diurus	7/10 responden	70%
3	Kurangnya Fasilitas Penjual token	Sarana prasarana penjualan token di desa masih kurang	6/10 responden	60%
4	Nyaman dengan Pascabayar	Perilaku konsumen yang sudah percaya dan nyaman dengan listrik pascabayar	7/10 responden	70%
5	Tidak mengetahui cara migrasi	Kurangnya sosialisasi sehingga masih banyak masyarakat minim pengetahuan tentang listrik prabayar	6/7 responden	60%

Berdasarkan hasil *survey* pendahuluan pada Tabel 2, diketahui pendapat responden terkait masalah kurangnya pelayanan PT. PLN (Persero) terhadap layanan listrik prabayar, sehingga pelanggan yang menjadi target migrasi listrik tidak yakin akan mendapatkan kepuasan jika melakukan migrasi. Target peningkatan jumlah pelanggan prabayar sebagai upaya mengurangi tunggakan piutang pelanggan pascabayar dapat dicapai dengan melakukan perbaikan kualitas layanan listrik prabayar, dengan tujuan tersebut maka dilakukan penelitian dengan judul penelitian ini yaitu “Perbaikan Kualitas Pelayanan Listrik Prabayar Dengan Menggunakan Integrasi *Service Quality* dan Model Kano di PT. PLN (Persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau”.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan terhadap kinerja suatu produk dan harapan yang diinginkan [1].

2.2 Service quality

Service quality merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan dikendalikan untuk memenuhi keinginan pelanggan terhadap suatu layanan [2]. Perhitungan *Servqual* digunakan sebagai dasar untuk melakukan perbaikan performansi kualitas layanan suatu layanan. Kualitas layanan memiliki gap yang merupakan selisih antara tingkat kenyataan dan tingkat harapan dari setiap atribut kebutuhan. Perhitungan yang digunakan untuk mengukur gap dan Nilai Kepuasan Pelanggan (NKP) dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Rumus *gap* dan NKP

No	Rumus
1.	$Gap = \text{Kenyataan} - \text{Harapan}$
2.	$NKP = Gap \times \text{Kepentingan}$

2.3 Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan adalah kegiatan untuk memahami kebutuhan konsumen dan mengkomunikasikannya kepada pihak yang memberikan layanan secara efektif [3].

2.4 Diagram Afinitas

Afinitas adalah satu kebutuhan pelanggan yang ditunjukkan dengan berbagai persepsi pelanggan dan dapat ditemukan ketika melakukan penggalan VoC, afinitas dianalisis menggunakan diagram afinitas. Diagram Afinitas adalah alat yang digunakan untuk mengelompokkan fakta, pendapat, gagasan dan keinginan pelanggan sesuai dengan beberapa bentuk afinitas alami [4].

2.5 Model Kano

Model Kano merupakan suatu model yang bertujuan mengkategorikan atribut-atribut dari produk atau jasa berdasarkan seberapa baik produk/jasa tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan [5]. Model Kano mengidentifikasi atribut kebutuhan (*customer need*) menjadi beberapa kategori, yaitu:

1. *Attractive*

Kepuasan pelanggan sangat tinggi ketika ditingkatkannya kinerja atribut produk namun tidak akan berpengaruh kepada tingkat ketidakpuasan pelanggan apabila atribut kebutuhan tidak diimplementasikan

2. *One Dimensional*

Kinerja atribut yang berbanding lurus dengan tingkat kepuasan pelanggan. Semakin tinggi tingkat pemenuhan kepuasan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dihasilkan, dan begitupun sebaliknya.

3. *Must-be*

Pengimplementasian atribut ini tidak akan berpengaruh besar pada peningkatan kepuasan, namun dapat menurunkan kepuasan apabila tidak diimplementasikan.

4. *Indifferent*

Kategori ini dilihat sebagai kebutuhan netral bagi pelanggan. Pelanggan tidak peduli jika atribut kategori ini ada atau tidak ada, sehingga tidak berdampak terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan

5. *Reverse*

Apabila atribut pada kategori ini ada, maka kepuasan pelanggan menurun, namun sebaliknya jika atribut ini tidak ada, maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

6. *Questionable*

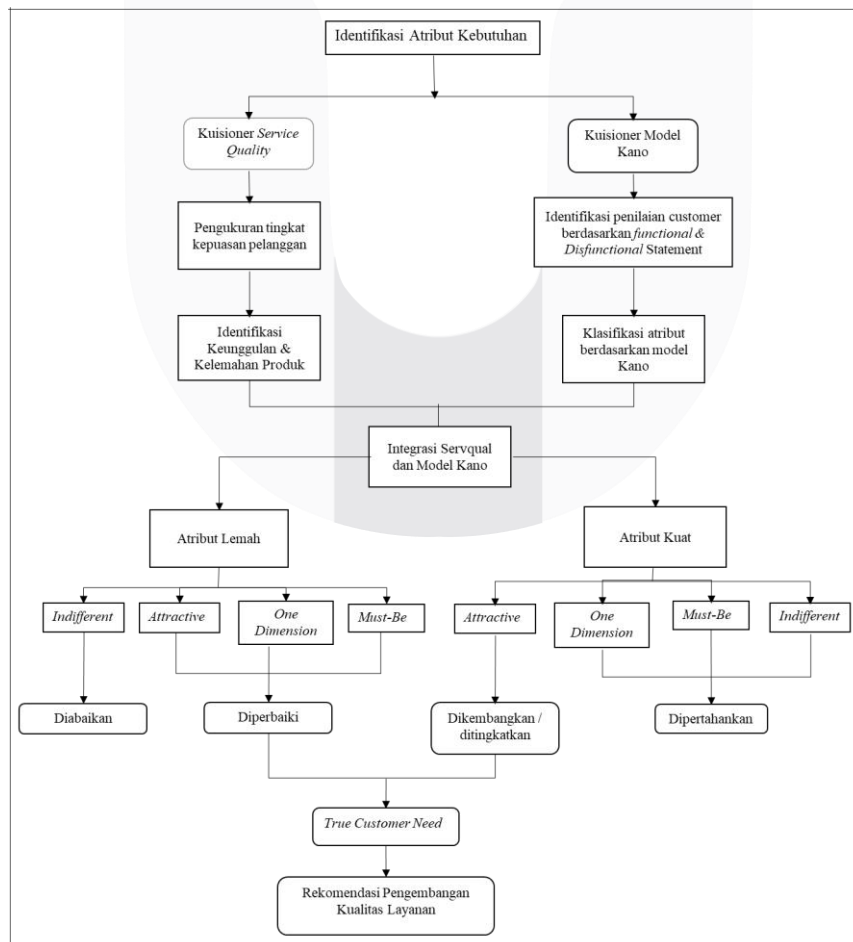
Pada kategori ini pelanggan melakukan sebuah kontradiksi dari pertanyaan dan jawaban yang menimbulkan ketidaksesuaian pertanyaan, kesalahpahaman terhadap pertanyaan, ataupun respon tidak tepat, sehingga kebutuhan tidak dapat diterjemahkan secara jelas.

2.6 Integrasi Servqual dan Model Kano

Integrasi *E-Servqual* dan Model Kano dilakukan untuk menutupi kekurangan masing-masing dari metode yang digunakan. *Servqual* menghasilkan atribut lemah dan atribut kuat serta Model Kano mengklasifikasikan atribut kebutuhan.

3. Metodologi Penelitian

Berikut merupakan metode konseptual penelitian:



Gambar 5. Model Konseptual

Atribut kebutuhan yang telah diidentifikasi diterjemahkan kedalam dua jenis kuisioner yaitu kuisioner *Service Quality* dan kuisioner model Kano, kuisioner *Service Quality* akan menghasilkan Nilai Kepuasan Pelanggan (NKP) sehingga diketahui atribut kategori kuat dan lemah. Atribut kebutuhan dengan NKP positif merupakan atribut kuat, sedangkan atribut kebutuhan NKP negatif merupakan atribut lemah. Kuisioner Model Kano yang terdiri atas pernyataan *functional* dan *dysfunctional* diolah dan menghasilkan kasifikasi atribut berdasarkan kategori Kano yaitu *must-be*, *one-dimensional*, *attractive*, *indifferent*, *reserve*, dan *questionable*. Pada akhir penelitian diketahui *true customer needs*, yaitu atribut lemah berkategori *must-be*, *one-dimensional*, dan *attractive* serta atribut kuat berkategori *attractive*.

4. Pembahasan

4.1 Identifikasi Atribut Kebutuhan

Identifikasi atribut kebutuhan dilakukan dengan metode wawancara dan studi literature. Wawancara yang dilakukan menghasilkan VoC (*Voice of Customer*) yaitu atribut kebutuhan yang diinginkan dan diharapkan pelanggan terhadap layanan listrik prabayar. Studi literatur digunakan untuk menemukan atribut kebutuhan yang bersumber dari penelitian sebelumnya yang relevan..

4.2 Pengkodean Atribut Kebutuhan Layanan

Atribut kebutuhan yang didapat dikelompokkan berdasarkan dimensi *servqual* yang ditentukan melalui penelitian terdahulu dan menggunakan hasil VoC yang dilakukan. Pengkodean atribut yang sesuai dengan dimensi *servqual* dapat dilihat pada Tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. Dimensi *Servqual* dan Kode Atribut Kebutuhan

No	Dimensi <i>Servqual</i>	Atribut	Kode Atribut
1	<i>Tangible</i>	Kemudahan untuk menemukan distributor pulsa listrik	TAN 1
		Kenyamanan ruang pelayanan migrasi listrik	TAN 2
		Ketersediaan saluran komunikasi untuk menyampaikan aspirasi pelanggan	TAN 3
		Ketersediaan saluran komunikasi yang bervariasi dalam melayani pelanggan selama 24 jam	TAN 4
		Kerapihan penampilan karyawan PT.PLN	TAN 5
2	<i>Emphaty</i>	Kepedulian karyawan staf pelayanan terhadap pelanggan	EMP 1
		Kemampuan karyawan staf pelayanan dalam melayani pelanggan	EMP 2
		Kemampuan karyawan staf pelayanan menampung aspirasi pelanggan	EMP 3
		Kesesuaian konversi pulsa listrik dalam kWh	EMP 4
		Ketersediaan program promosi yang menarik	EMP 5
3	<i>Reliability</i>	Keakuratan informasi yang disampaikan melalui media informasi	REL 1
		Kemudahan melakukan migrasi listrik	REL 2
		Kesesuaian informasi migrasi listrik yang diberikan dengan prosedur yang dilakukan	REL 3
		Kemudahan transaksi pembelian pulsa listrik	REL 4
		Keberhasilan proses transaksi pembelian pulsa listrik	REL 5
		Kemudahan prosedur input nomor token ke kWh meter	REL 6
4	<i>Responsiveness</i>	Kecepatan respon karyawan staf pelayanan dalam menanggapi pelanggan	RES 1
		Ketanggapan karyawan staf pelayanan dalam melakukan prosedur migrasi	RES 2
		Kemampuan komunikasi karyawan staf pelayanan dalam melayani pelanggan	RES 3
5	<i>Assurance</i>	Ketepatan karyawan staf pelayanan dalam memberikan informasi	ASS 1
		Ketepatan tindakan karyawan staf pelayanan dalam menangani keluhan pelanggan	ASS 2
		Ketersediaan kompensasi pelanggan atas kesalahan perusahaan	ASS 3

4.3 Pengolahan Data Kuesioner

4.3.1 Kuesioner *Servqual*

Kuesioner *Servqual* bertujuan untuk menghitung NKP (Nilai Kepuasan Pelanggan). NKP diperoleh dari perhitungan selisih tingkat kenyataan dan tingkat harapan yang menghasilkan gap, kemudian dikalikan dengan tingkat kepentingan yang menghasilkan nilai NKP positif dan negatif. Atribut dengan NKP positif merupakan atribut kuat dan NKP negatif termasuk atribut lemah. Hasil pengolahan data kuesioner ini didapatkan 11 atribut lemah dan 11 atribut kuat.

4.3.2 Kuesioner Model Kano

Pada kuesioner model Kano dilakukan penilaian atribut kebutuhan yang dinilai mampu atau tidak dalam memberikan kepuasan pelanggan. Atribut kebutuhan pelanggan digolongkan ke dalam enam kategori Kano, yaitu *Must-Be* (M), *One-Dimensional* (O), *Attractive* (A), *Indifferent* (I), *Reverse* (R), dan *Questionable* (Q). Kategori Kano masing-masing atribut diperoleh berdasarkan kecenderungan pilihan jawaban responden terhadap pernyataan fungsional dan disfungsional dalam kuesioner Kano menggunakan tabel evaluasi Kano. Penelitian ini menghasilkan tiga atribut kebutuhan kategori *attractive*, delapan atribut kebutuhan kategori *one-dimensional*, sembilan atribut kebutuhan kategori *must-be*, dan dua atribut yang termasuk kedalam kategori *indifferent*.

4.4 Integrasi *Service Quality* dan Model Kano

Pengelompokkan atribut kuat dan atribut lemah berdasarkan perhitungan *Servqual* dan pengkategorian atribut berdasarkan model Kano, kemudian diintegrasikan sehingga menghasilkan atribut-atribut yang diprioritaskan untuk dipertahankan dan diperbaiki. Berdasarkan, model konseptual yang dibuat, atribut kuat dengan kategori Kano seperti *must-be*, *one dimensional*, *indifferent*, *reverse*, dan *questionable* akan dipertahankan, sedangkan atribut kuat berkategori *attractive* harus ditingkatkan, karena merupakan keunikan dan pembeda dari pesaing. Atribut lemah dengan kategori Kano *must-be*, *one dimensional*, dan *attractive* harus diperbaiki dan, sedangkan atribut lemah kategori Kano *indifferent*, *reverse*, dan *questionable* akan diabaikan. Atribut-atribut lemah yang harus diperbaiki merupakan TCN (*True Customer Needs*).

4.5 *True Customer Needs*

Tabel 5. *True Customer Needs*

No	Kode	Atribut	Atribut Kuat/Lemah	Kategori Kano	Tindakan
1	TAN 3	Ketersediaan saluran komunikasi untuk menyampaikan aspirasi pelanggan	Lemah	O	Diperbaiki
2	TAN 4	Ketersediaan saluran komunikasi yang bervariasi dalam melayani pelanggan selama 24 jam	Lemah	A	Diperbaiki
3	EMP 4	Kesesuaian konversi pulsa listrik dalam kWh	Lemah	A	Diperbaiki
4	EMP 5	Ketersediaan program promosi yang menarik	Lemah	O	Diperbaiki
5	REL 1	Keakuratan informasi yang disampaikan melalui media informasi	Lemah	M	Diperbaiki
6	REL 2	Kemudahan melakukan migrasi listrik	Lemah	O	Diperbaiki
7	REL 3	Kesesuaian informasi migrasi listrik yang diberikan dengan prosedur yang dilakukan	Lemah	A	Diperbaiki
8	REL 5	Keberhasilan proses transaksi pembelian pulsa listrik	Lemah	O	Diperbaiki
9	REL 6	Kemudahan prosedur input nomor token ke kWh meter	Lemah	O	Diperbaiki
10	RES 2	Ketanggapan karyawan staf pelayanan dalam melakukan prosedur migrasi	Lemah	M	Diperbaiki
11	ASS 3	Ketersediaan kompensasi pelanggan atas kesalahan perusahaan	Lemah	O	Diperbaiki

Tabel 5 menunjukkan *true customer needs* untuk atribut kebutuhan dengan kode atribut TAN 4, EMP 4, REL 3 adalah berkategori *attractive*, atribut kebutuhan dengan kode atribut TAN 3, EMP 5, REL 2, REL 5, REL 6, dan ASS 3 adalah berkategori *one-dimensional*, serta atribut kebutuhan dengan kode atribut REL 1, dan RES 2 adalah berkategori *must-be*. Atribut-atribut lemah ini perlu diperbaiki karena belum memenuhi harapan pelanggan listrik prabayar.

5. Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dijabarkan pada Bab 1, didapatkan kesimpulan bahwa:

1. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat 22 atribut kebutuhan layanan listrik Prabayar yang diidentifikasi dari lima dimensi *Service Quality* yaitu *Tangibles*, *Empathy*, *Reliability*, *Responsiveness*, dan *Assurance*. Lima dimensi tersebut kemudian terbagi menjadi 22 atribut kebutuhan, yang terdiri dari: lima atribut dimensi *Tangibles*, lima atribut dimensi *Empathy*, enam atribut dimensi *Reliability*, tiga atribut dimensi *Responsiveness*, dan tiga atribut dimensi *Assurance*.
2. Berdasarkan pengolahan data kuesioner *Servqual* yang telah dilakukan, mengacu pada nilai NKP yang didapatkan, maka diketahui terdapat sebelas atribut kebutuhan layanan listrik Prabayar yang termasuk kedalam atribut kebutuhan kuat, dan sebelas atribut kebutuhan lemah.
3. Berdasarkan pengolahan 22 atribut kebutuhan dengan kuesioner model Kano, diketahui bahwa terdapat tiga atribut berkategori *attractive*, delapan atribut berkategori *one-dimensional*, Sembilan atribut berkategori *must-be*, dan dua atribut berkategori *indifferent*.
4. Berdasarkan hasil integrasi pengolahan data *Servqual* dan model Kano, diketahui terdapat 11 atribut perlu diperbaiki yang merupakan *true customer needs* dari layanan listrik Prabayar PT.PLN (Persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau. Atribut kebutuhan tersebut adalah, atribut kebutuhan TAN 3 (Ketersediaan saluran komunikasi untuk menyampaikan aspirasi pelanggan), TAN 4 (Ketersediaan saluran komunikasi yang bervariasi dalam melayani pelanggan selama 24 jam), EMP 4 (Kesesuaian konversi pulsa listrik dalam kWh), EMP 5 (Ketersediaan program promosi yang menarik), REL 1 (Keakuratan informasi yang disampaikan melalui media informasi), REL 2 (Kemudahan melakukan migrasi listrik), REL 3 (Kesesuaian informasi migrasi listrik yang diberikan dengan prosedur yang dilakukan), REL 5 (Keberhasilan proses transaksi pembelian pulsa listrik), REL 6 (Kemudahan prosedur input nomor token ke kWh meter), RES 2 (Ketanggapan karyawan staf pelayanan dalam melakukan prosedur migrasi), dan ASS 3 (Ketersediaan kompensasi pelanggan atas kesalahan perusahaan).

Daftar Pustaka

- [1] Kotler, P., & Keller, K. (2008). *Marketing Management* (Global Edit). England: Pearson Education Limited.
- [2] Rofianah, Paramita, P. D., & Fathoni, A. (2016). Pengaruh Product Quality, Service Quality Dan Customer Perceived Value Terhadap Customer Loyalty Dengan Dimediasi Trust Pelanggan. *Journal Of Management*, 2(2).
- [3] Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2012). *Product Design and Development Fifth Edition* (Fifth edit). Singapore: McGraw-Hill.
- [4] Handika, F. S., & Barnadi, A. B. (2017). Analisis Pemakaian Listrik pada Pompa Drainage Unit dengan Menggunakan New Quality Tools. *Jurnal Sistem Dan Manajemen Industri*, 1(2), 91–98.
- [5] Amran, T. G., & Ekadeputra, P. (2010). Pengukuran Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Kano dan Root Cause Analysis. *Jurnal Teknik Industri*, 160–172